

企业品牌建设方案 公司团队建设方案(通用5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

企业品牌建设方案篇一

通过一系列的团队素质活动，增强学员对团队和他人的信任感，培养团队协作精神，以及压力的释放的方法，以此让学员有更积极乐观的心态来面对生活和工作。

(1)活动主题

快乐工作，心中有梦；团结奋进，开拓创新；

(2)活动地点

江苏常州东方侏罗纪公园(游玩期间会组织几个团队建设的小游戏增强团队意识)

(3)活动时间

20xx年10月份

(4)活动对象

工程技术中心全员(注：可带家属，门票费用与餐费自理。)

另：工程技术中心副主任级以下员工参选优秀员工，当选优

秀员工者可另享有温泉一次。

游戏一：破冰、分组

扑克分组

目的：分组

材料：一副扑克牌

4、最后所有人都介绍完之后，看有没有人站错队伍的，如果有要为他应属的团队做出一个贡献，形式和内容由该小组集体决定。

5、确定好小组后，每个小组给自己组取个名字。

分享：

1、站错队的人，为什么会站错——自己对别人的理解不够还是别人表达的不够清楚

2、如果是表达不够清楚的——沟通的准确性

企业品牌建设方案篇二

核心价值观——创造价值，实现价值

企业宗旨——专业、睿智、时尚、发展

企业精神——永恒卓越，把握至高

经营哲学——强化核心能力，创新品牌价值

职业品格——忠诚、专注、务实、协作

管理箴言--张弛有度，相互欣赏

服务理念--体验成长，相互成就

人才观点--知人善任。人尽其才

学习态度--学习是持续的竞争力

座右铭--我专业，所以我优秀

服务流程

[1]首次沟通、交流双方沟通、交流，彼此了解，达成初步合作意向。

[2]明确合作意向明确设计的任务，价格及进度安排。

[3]确定合作签订委托设计合同书，客户付预付款，并明确双方负责人。

[4]调研调查、收集整理相关资料，调研客户及其竞争对手的市场表现，为设计提

供科学的依据。

[5]创意设计分析、沟通、创意讨论风暴、展开设计。对设计方案进行筛选、修

改，确定提案设计方案。

[6]设计提案会对企业高层领导进行设计提案。通过提案确定设计风格及设计方

向，形成提案决议，指导下一步设计。

[7]方案的细化与调整双方对设计方案进行细化调整，确定最终方案。

[8]实施和导入进入实施和导入阶段。[如没有后期制作，至此全部工作结束]

[9]交付设计电子文件客户付清合同余款，蚂蚁向客户交付最终设计电子文件，设

计工作完成。

[10]后续服务设计人员与客户保持联系，及时解决客户相关问题。

企业品牌建设方案篇三

企业文化指的是一个企业中所有员工共有的一套观念、信念、价值和行为准则，以及由此导致的行为模式。企业文化是以人为本的管理哲学，是把精神文明建设同企业特点和市场对发展的要求结合起来的一个重要形式，是借助文化力量的管理方式，良好的企业文化能为企业保持数十年的竞争优势。可以说企业文化是企业的灵魂。一个企业要想成为有灵魂的企业，成为基业长青的企业，就要创造出一种具有凝聚力和生命力的企业文化。

近年来，我分公司按照集团公司、省、市公司的统一部署下，在市公司党支的正确领导下，持续完善企业文化管理体系，以员工满意为出发点，以客户满意为立足点，以社会满意为回馈点文化发展战略。将企业的文化建设思路确定为：服务企业中心任务，强化团队和服务两个文化，提升客户、员工和部门协作三个满意度，完善管理监督、传播培训、通报沟通恶化效果评价的四项机制，推进制度、示范、人才、知识、品牌五项工程。并形成了领导重视、员工参与、经费支持、组织机构实施的企业文化实施体系，提出了协作、分享、精

细、理解的企业文化建设主题。深入传播和践行“正德厚生 臻于至善”的文化理念。

一、工作思路

服务一个中心：坚持服务企业中心任务；

二、建设主题：【协作·分享·精细·理解】

按照企业文化建设“六维模型”（团队文化、服务文化、关爱文化、学习文化、创新文化、和谐文化），以“协作·分享·精细·理解”为主题，以建立高效能的团队和有效提升客户感知为目的，着力强化“团队文化”和“服务文化”、继续深入开展“关爱文化”，推动企业软实力的提升。

在团队文化建设方面，围绕快乐的团队、创新的团队和协作的团队这个主题开展一系列活动，以“创学习型组织，作知识型员工为”主题，鼓励员工时时创新、处处创新、人人创新。

在服务文化建设方面，以丰富服务内涵、提高服务技能、培养服务理念为核心构建客户满意的优质服务体系。

在关爱文化建设方面，围绕思想、情感、安全、生活、身心“五关爱”，积极构建员工关爱的长效机制。

1、加强“团队文化”建设

加强分公司各班组间、班组与分公司之间横向和纵向的沟通与协调工作显得尤为重要。一方面以提升“班组间、班组与分公司之间、班组内部、后台与班组之间的协作满意度”为目标，通过增进相互间的沟通 and 理解，强化团队协作意识，促进各班组间的合作和相互服务意识，努力打造高效运营新团队；另一方面要通过倡导团队内的分享精神，营造积极向

上的组织氛围，今年主要着手打造班组文化建设，通过班组文化建设不断增强班组内各成员的学习能力、创新能力和服务能力，以不断增强团队协作意识，优化组织工作氛围。

2、加强“服务文化”建设

以“便捷服务、满意100”活动为主线，深入理解客户需求，提升精细化服务水平，以塑造优秀服务文化，推动卓越运营体系建设的进程，有效提升客户感知。

3、深化“关爱文化”建设

逐步建立员工关爱的长效机制。树立“健康、幸福、高效的员工是企业最大的财富”的理念，坚持“以人为本”的管理思路，从帮助员工成长、关注员工心理、关爱员工生活、关心员工健康四个角度，通过制度完善、流程理顺、团队建设等措施，全方位深化“员工关爱工程”“eap”工程，引导员工健康成长、快乐生活、激情工作。

三、工作举措

（一）、建立常态化的企业文化传播培训体系

员工是企业的基本队伍，也是企业文化最大的传播主体和承载主体，只有广大员工接受、认同了企业价值观、理念和精神，才能使优秀企业文化成为企业真正的文化。所以我们应首先结合实际，通过各种途径向员工传播企业文化。为此，我们应做到：

一是建立企业文化培训师队伍。分公司培养各班组长可在本班组内进行文化传播的培训师，培训师要结合不同群体的特点及时更新、开发企业文化培训课件，确保企业文化能够传播到每位员工。分公司将根据时间安排组织企业文化大讨论、企业文化演讲、企业文化知识竞赛、优秀案例征集和巡讲等

活动。持续开展企业文化宣贯培训，并将员工企业文化培训作为长期工作来抓。要将企业文化培训内容纳入到员工岗位培训计划，尤其是对新进员工及派遣制员工的企业文化理念培训。

二是建立内部企业文化宣传阵地。分公司利用宣传栏、移动周刊、短信、彩信、书籍等形式，进行常态化的企业文化宣传。用以传播企业文化理念、公司战略方针、企业文化建设信息、优秀事迹案例、经营工作亮点等内容，增强员工对企业文化建设的知晓度和参与度。

三是强化企业文化外部传播。要以做优秀企业公民为己任，积极承担社会责任，充分发挥企业优势，服务农村信息化的发展；突出教育和环保主题，广泛开展公益慈善活动，推动企业与社会和环境的和谐发展。办公室联合市场部要有计划地在主流媒体，宣传企业文化理念内涵、员工奋斗精神以及企业承担责任的的企业公民行为等内容，向社会传播中国移动的企业文化，增强企业的社会影响力和感召力。市场部要通过对外营销活动、典礼仪式等进行文化渗透，促进与外部利益相关者的文化交流，拓展与高等院校的联系机制，联合开展文化研究，推动中国移动企业文化案例的对外传播，实现文化营销。

（二）、继续深入开展企业文化建设，使企业文化在分公司有效落地。

要求我们做好培训工作和对内对外的传播工作，而且要做好班组间、班组与分公司之间横向和纵向的沟通与协调工作，特别是领导示范作用。2015年我们将强化团队文化和服务文化，主要做好以下工作：

一是团队文化建设（全体员工用正确的心态对待这一工作）。分公司机关职能各部门，要积极参与“示范点”的创建活动，以身作则推进部门间的沟通协作，推动企业文化理念在企业

生产经营管理各个环节中的渗透，在制定安排各项制度工作时，要体现企业文化理念，符合企业文化的要求，形成企业文化建设齐推共进的格局。

二是服务文化。服务文化要通过开展主题服务活动，提升企业整体服务水平，以塑造优秀服务文化，推动卓越运营体系建设的进程。

1、广泛开展各类“服务文化”推广传播活动，提升全员服务意识。认真开展“便捷服务、满意100”活动，增强各级管理者对一线服务情况的感知，推动其积极发现并解决服务关键问题；结合实际情况，组织“服务文化大讨论”、“前台后台交流互动”等活动，增进前后台的沟通理解，提升前台员工的服务意识和后台员工的支撑意识，推进一体化的服务流程和体系；对外开展“走进中国移动”、“客户接待日”、“行风评议在移动”、“服务评选和意见征集”等客户体验和互动活动，增进与客户的沟通交流，深入理解客户的需求，为客户提供贴心的服务。

2、推动服务制度流程与服务文化的匹配和融合，以优秀的服务理念引导各项制度的完善，以追求卓越的精神，加强服务的精细化管理。贯彻落实“以客户为导向”的服务理念，以其为依据梳理和完善各项服务制度，细化每一个服务流程，并通过制定有效监督检查办法，确保其执行效果。倡导服务创新意识，鼓励员工在本职岗位上的创新热情，对于员工的创新成果要给予有效地激励，并及时总结提炼。

三是关爱文化建设——继承07、08年员工关爱成果，根据不同群体员工的具体需求，有针对性地实施员工关爱。要从员工工作、生活各个细节入手，要帮助不同群体员工掌握缓解压力的有效方式方法，改善员工工作压力的主观感受，要给予他们更多的关爱，更多的激励；要注意加强对一线班组长的管理、沟通和技能培训，帮助他们尽快成长，为带好班组小团队打下扎实基础。

面对企业发展的新形势，为进一步加强企业文化建设，丰富创新企业文化传播途径，提升企业文化活力，营造协同发展的工作氛围，根据上级公司企业文化平台建设方案，结合×××公司工作实际，特制定本实施方案。

一、平台建设意义

为推进企业文化在公司战略、管理、运营层面的全面落实，把全体员工的智慧和力量凝聚起来，发挥出来，形成不断追求卓越的具体行动。因此，做好企业文化的宣贯工作，使公司全员认知、认同企业文化核心理念，并转化为自觉的实际行动，对打造彰显共性的中国移动企业文化，提升企业的核心竞争力具有十分重要的意义。

二、平台建设定位

通过企业文化内宣平台建设，塑造企业文化品牌，展示优秀企业文化。企业文化内宣平台建设具体定位为：

- 1、搭建员工天地，反映员工工作、生活动态；
- 2、调动员工工作积极性，打造和谐、互助、融洽的'团队氛围；
- 3、成为内部创争、对标先进的重要渠道。

三、平台设计规划、区域设置

充分利用展板、海报等宣传载体，建立文字、图片相结

合的综合立体化宣传平台。为深化传播宣传效果，保障宣传工作的有效性，公司计划将内宣平台分为五个区域：综合楼电梯间；综合楼电梯内、楼道；综合楼一楼北侧大厅；综合楼卫生间；综合楼员工活动室。

1、电梯间

一层电梯间悬挂振奋人心的标语或口号，调动员工上班时的工作积极性，在指纹考勤机上方粘贴生动、活泼的提示语，提醒员工上下班及时录入指纹。二至五楼电梯间主要放置上级公司下发的一些企业文化建设的展架式海报或上墙海报。

2、电梯内、楼道

电梯内为上墙海报。可以将“廉洁从业文化”宣贯于电梯内，起到警示作用。

墙壁上张贴“上下楼梯靠右走，你谦我让脚步轻”、“上上下下，注意脚下”等楼道安全用语。

3、公司综合楼一楼北侧大厅

制作上墙展板，内容分别围绕：企业口号、员工风采、员工寄语、目标阐述、员工才艺等。

企业口号“好企业 好团队 好伙伴”。主要通过用比较简洁精确的语言，在理智上启发员工，在情感上打动员工，影响员工按照口号的文字宣传比较积极的对待工作，进而影响员工的内心，影响员工的企业精神，培养员工的主人翁精神、团队精神，激发员工的智慧，焕发出企业的精彩。

员工风采专区。集中展示公司成长、发展的图片、团队图片、班组工作照片、班组活动照片、员工工作照片、活动照片等。通过大量的图片和照片，展示公司在发展过程中的变化，部室、班组以及员工个人在进入公司以后的成长过程，让员工在观看时能回忆进入公司以来的点点滴滴，比较直观的感受公司以及自身过去和现在的变化，同时还可以了解到其他同事在公司的成长变化，已他对比，前后对照，可以更好的激励员工的工作热情。

员工寄语专区。每位员工在上面写上对公司想说的一句话（可以将员工个人的工作或者生活照片放在上面，这样更有画面感和亲和力），内容可以是关于公司发展方面的，也可以是有关员工切身利益方面的，或者是其它意见、建议均可，这是既是员工对公司的期望，也是公司了解员工的一个窗口。

目标阐述区。即对企业文化建设所能达到效果的期望，内容主要为企业口号目标的阐述。“好企业”：公司的绩效考核每个月都可以达到“a”或者更高，员工可以挣得更多，公司在管理上能更上一层楼等。“好团队”：使公司各部室、班组能够在一个和谐、融洽、互助、友爱的氛围中开展工作，进而提升团队的工作效率，打造快乐的团队、创新的团队和协作的团队，创造团队更好的业绩。“好伙伴”：让公司的每一位员工都成为其他同事的好伙伴，无论在工作或生活中都积极帮助其他同事，多替他人考虑，同事工作上寻求帮助时，即使是自己分外的工作，也能站在同事的角度考虑问题，积极协调和帮助。

才艺展示区。在全体员工中征集摄影、书法、绘画、手工、剪纸、折叠、诗歌及其它所有个人认为有价值的作品，在此区域进行集中展示，给大家一个展示自我特长的机会，丰富员工的业余文化生活，缓解紧张工作带来的压力。

4、卫生间

在卫生间内悬挂节约用水标语，如“珍惜生命之水，关注点点滴滴”“水是生命之源、它关系着我们的生命、请珍惜每一滴水”和厕所文明用语，如“细微之处见公德，举手之间显文明”、“向前一小步，文明一大步”、“垃圾入篓，举手之劳”等。

5、员工活动室

充分利用员工活动室的墙体宣传板面，设置荣誉专栏、党建

专栏等营造良好的宣传氛围。并利用现有的活动空间不断丰富、完善员工的文体生活。力争打造快乐、文明、健康的员工活动环境。

中国移动的组织文化建设，经历了一个“实践、认识、再实践、再认识”的一个不断进步向前的过程。从05年开始，中国移动对自身成立以来的历程进行了一个全面的回顾，总结了企业发展实践过程中表现出来的文化精神内涵，以继承和创新为方针，经过全体员工的讨论，最后总结出中国移动追求卓越的组织文化理念体系。中国移动组织文化理念体系由核心价值观、使命、愿景三部分构成。中国移动组织文化理念体系的核心内涵是“责任”和“卓越”，体现了中国移动作为一个组织，将以成为“负责任”和“最优秀”的企业作为追求。中国移动组织文化理念体系立足于核心价值观、使命、愿景，凝结了中国移动全体员工的缔造辉煌历史的精华，表达了中国移动对未来的美好憧憬和对事业的坚定信念。此组织文化是中国移动的根基和灵魂，它将不断引领着中国移动人，前往一个更高的平台，飞往更美好的未来。

企业核心价值观：“正德厚生，臻于至善”

价值观是人们对人生目的和社会行为进行评价并决定取舍的基本观点。而作为一个连任中国500强企业第三的企业来说，其企业的核心价值观起着不可取舍的作用。中国移动的企业价值观是正德厚生，臻于至善。

“正德厚生”来源于《尚书》中：“德惟善政，政在养民。水、火、金、木、土、谷维修、正德、利用、厚生、惟和、九功惟叙，九叙惟歌”。真是一种在中华大地上传承千年的人文精神，是一种以责任为核心义要的道德情操。正德强调个体责任和自我的约束，厚生强调社会责任和社会的奉献。“正德厚生”集成了中国传统文化与中国移动现代的企业精神。在精神层面上体现了中国移动人渴望担任重任的自我定位和选择。

“臻于至善” 院子《大学》：“大学之道，在明明德，在亲民，在止于至善”，这是一种为人民奉献的事业理念，是一种以“卓越”为核心要义的境界追求。“臻于至善”的价值观引领着中国移动不断的进行创新，不断的进取发展从而追求完美。从而才成就中国移动事业遍布整个中国通信产业。

“正德厚生，臻于至善”是中国移动有限公司的企业核心价值观。它体现了中国移动企业发展的理念——“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐。”的责任意识和强烈的进取创新意识。该价值观是引领该企业走得更远更高更强。在面对消费者的通信服务上，中国移动有限公司依顺企业的核心价值观，对消费者的信息交流采取负责的态度。这让中国移动有限公司的企业排名名列前茅。

中国移动通信的企业精神：改革创新、只争朝夕、艰苦创业、团队合作

企业精神是企业员工健康向上内在气质的外在表现，是企业员工对企业的信任感、自豪感和荣誉感的集中表现，也是企业发展、员工成长的动力所在。

一、改革创新精神

1

坚持改革创新的精神，就是要锐意进取，不断变革，积极推陈出新，在日趋激烈的竞争形势下，确保企业的生存和发展。推进改革和进行创新是推动企业完善现代企业制度、提升企业综合实力、实现快速发展的强大动力。企业必须以变应变，在改革创新中不断前进。改革创新精神体现了中国移动通信员工在变化中求生存，在变化中求发展的不懈追求和努力。

二、只争朝夕精神

坚持只争朝夕的精神，第一是快速行动。在企业发展环境瞬息万变的今天，市场反应速度已成为决定企业生存的基本素质。不断加快工作节奏，与时间赛跑，是中国移动通信获得持续发展的重要保证。第二是崇尚实干，要最大限度地发挥主观能动性，踏踏实实地创造性开展工作。第三是讲求效率，效率是企业快速发展的关键，要提高办事效率。发扬只争朝夕的精神，练就快速高效的应变能力，反映了中国移动通信员工领先时代潮流的豪迈气概。

三、艰苦创业精神

坚持艰苦创业的精神，就是要在困难面前保持永不退缩、知难而进的拼搏精神，甘于吃苦、脚踏实地的奉献精神 and 永不满足、追求上进的进取精神。弘扬艰苦创业精神，体现了中国移动通信员工爱拼搏，讲奉献，斗志昂扬的优良精神风貌。

四、团队合作精神

坚持团队合作的精神，就是要充分发挥集体的力量来追求优良的业绩。通过团队合作，将互补的技能有效地组合在一起，其效能将超过团队中个人能力的简单迭加，使得整个团队在更大的范围内去应对多方面的挑战，使企业更加具有应变能力和灵活性，企业的绩效得以提升。坚持团队合作的精神，将有利于个人的成长，有利于团队成员之间的协作和交流，使团队的每个成员有更多的机会承担更大的责任，获得更多的磨练，取得更大的进步。

中国移动愿景

使命是核心价值观的载体与反映，是企业生存与发展的理由，是企业一种根本的、最有价值的、崇高的责任和任务。中国移动公司的使命是”创无限通信世界，做信息社会栋梁“。及时、充分而有效的沟通是人类实现资源共享、社会实现集约快速发展的必要条件。通信业的发展，帮助人类逐渐打破

沟通的时空障碍，使人与人之间的沟通更为快捷有效。“无限通信”的世界是我们每个人的梦想乐园，在没有任何沟通限制和障碍的世界，在能够“随时”、“随地”、“随意”、“沟通无极限”的世界，人类能够自由共享所有知识，自由传达所有情感。中国移动凭借卓越的技术和才能，把创造和实现人类共同的梦想“创无限通信世界”作为自己无上的企业使命。而信息化是当今经济和社会发展不可逆转的大趋势，它在一定程度上，甚至已成为衡量一个国家和地区国际竞争力、现代化程度和经济成长能力的重要尺度。

这证明，世界已进入以信息产业为主导的新经济时代。由当前信息技术令人震惊 2

的发展速度，我们可以预见，信息化将成为未来相当长一段时期内世界发展的主旋律，信息产业将始终具有对社会发展的重要影响力。而作为信息社会的栋梁，作为行业的引领者而不是跟从者，不断进行业务和体制创新对中国移动来说是必须的，如此才能牵引和带动社会向信息化方向发展，成为推进信息社会前进的先锋和主导力量，中国移动的技术、业务创新和运营模式创新，将在社会信息化进程中形成强烈的示范效应；作为信息社会的栋梁，作为专业技术的首倡者而不是后觉者，中国移动将不断提高网络技术水平和网络的综合能力，为社会提供更完善的基础设施和更有效的解决方案，成为信息化的重要基础和桥梁。“创无限通信世界”体现了中国移动通过追求卓越，争做行业先锋的强烈使命感；“做信息社会栋梁”则体现了中国移动在未来的产业发展承担发挥行业优势、勇为社会发展中流砥柱的任务。

3

企业品牌建设方案篇四

层出不穷的书法名家背后，是一座城浓郁的墨香文化。如今，

走在蓬溪，书法元素处处可见。县城建成书法主题公园5个，书法主题展馆4个，书法牌坊30座，县内店招牌匾书法化达90%以上。在芝溪河10公里沿岸石壁上，用书法艺术的形式记录蓬溪书法艺术的传承和发展，形成独一无二的“中国汉字发展史”——“书法艺术长河”。驻足停留，只觉得墨香扑鼻。

蓬溪县文化广播电视和旅游局张光照介绍，蓬溪始终将“中国书法之乡”品牌建设作为促进蓬溪文化大繁荣大发展最有力抓手，全力推进书法之乡建设。围绕“知名文旅县”建设目标，充分整合、激活优势资源，蓬溪正放大“中国书法之乡”品牌效益，加强书法事业建设，提升文化软实力，发展壮大书法产业。一幅书香蓝图也徐徐展开，张光照透露，到2023年，书法的创作、演出、展示、培训、交流、研究等实现常态化，形成谈书法、学书法、写书法的浓厚氛围。

来源 | 川观新闻

企业品牌建设方案篇五

发展战略目标（15年远景发展目标）：

进入中国广告公司综合实力排序前50之列

进入中国户外广告公司实力前10名

成为全国公交广告公司前3强

成为中国优秀广告企业

企业精神：学习 创新 高效 共赢

企业口号：求真务实，开拓进取，创规模化专业化广告公司

经营理念：发展、服务、共赢

对外

——发展企业，创造效益。

——为员工，提供可以与之共同成长的事业平台。 对上

——创收赢利，为公共运输核心事业提供支持。

企业形象：健康 向上 乐观 执着

企业道德：诚信守法正直从业

文化价值观：企业是人 文化是魂

客户观： 客户就是上帝，最大限度满足客户的需求。

服务观： 积极，务实，全心投入。

质量观： 为客户提供最优质的服务，客户的满意，是我们工作的动力。

创新观： 唯有不断创新不断地吸收先进的文化，公交广告才会不断发展和壮大。 道德

管理理念： 尊重个人，团队合作，鼓励创新，创造效益

管理艺术： 以人为本，待人有方， 任人为贤，追求卓越